

MODELO DE GESTÃO LOGÍSTICA NA DISTRIBUIÇÃO

Phablo Antonio Souza da Silva¹
Gabriela Drielly da Silva Machado²
Luana Moura da Silva³
Pedro Paulo Procópio⁴

Administração



ISSN IMPRESSO 1980-1785
ISSN ELETRÔNICO 2316-3143

RESUMO

Esta pesquisa de gestões logística tem informações, processo de planejamento, execução e controle de fluxo de produtos, além de todos os serviços associados. Assim, gerando de informações sobre demanda de clientes, controle no atendimento de pedidos e montagem no rastreamento das entregas sendo realizada. Essas informações que podem ser feitas por meio de leitura no código de barra automático, que vai corresponder a várias atribuições da logística. Na estratégia empresarial pode ter uma nova tecnologia para o Brasil, que vai consistir em um conjunto de decisão para orientar o comportamento de uma organização. A definição como a tecnologia funciona é com código de barra, identificado por rádio frequência ou *Radio Frequency IDentification* (RFID), que tem como objetivo acessar um banco de dados para coletar informações pertinentes aos produtos, insumos ou serviços que estão sendo movimentados. Esse receptor de rádio frequência é feito pela aproximação da etiqueta a uma antena, respondendo uma transmissão de dados contidos em seu *chip*. Para a distribuição com RFID que facilitara comunicação logística de entrega regional e inter-regionais dos produtos, com canais da entrega certa no momento certo para que a estratégia, o planejamento siga o seu objetivo. *Supply Chain Management* entra como a integração de um surgimento de uma evolução tecnológica do conceito de Logística Integrada para RFID.

PALAVRAS-CHAVE

Rastreamento. Estratégia. Etiqueta. RFID.

ABSTRACT

This managements logistics research is information, planning, execution and flow control products, as well as all associated services. Thus generating information about customer demand, control on order fulfillment and assembly in the tracking of deliveries taking place. This information can be done by reading the automatic bar code, which will match the various tasks of logistics. In business strategy may have a new technology to Brazil which will consist of a set of decision to guide the behavior of an organization. Defining how the technology works is with bar code, identified by radio frequency or Radio Frequency Identification (RFID), which aims to access a database to collect relevant information on products, supplies or services that are being moved. This radio frequency receiver is done by harmonizing label to an antenna answering a data transmission contained on its chip. For distribution with RFID that facilitated regional delivery logistics and communication inter-regional of products, with certain delivery channels at the right time for the strategy, planning follow your goal. Supply Chain Management comes as the integration of an emergence of a technological evolution of the concept of Integrated Logistics for RFD.

KEYWORDS

Tracking. Strategy. Label. RFID.

1 INTRODUÇÃO

No presente texto faz-se uma abordagem da gestão do desempenho por meio de modelo da administração logística com foco e à suas aplicações na tecnologia – *Radio Frequency IDentification* (RFID).

Trata-se o conceito da integração dos diversos papéis na função logística, na tecnologia e na geração de novas técnicas logísticas suficientemente para que permita velocidade no atendimento das demandas do mercado.

Em seguida, apresenta-se um modelo de logística que deverá ter um peso enorme no custo de distribuição logístico da maioria dos produtos, muito importante para os resultados obtidos no serviço ao cliente. Seu desempenho pode ter impacto no resultado final de uma operação, influenciando na percepção que o comprador tem da qualidade do serviço. Muitas vezes o agente responsável pelo transporte é o único elo real entre o vendedor e o comprador.

Por último, nas conclusões, reforça-se a importância do transporte que vai além da sua capacidade de movimento, peso, volume, modais, tecnologia; predominando o fato de integração entre origem ao destino.

Segundo Raissa Ebrahim (2011, p. 1):

A logística é responsável, basicamente, pelo desenvolvimento de atividades como suprimento, movimentação, operação e distribuição de recursos, materiais, serviços e informação, além de processos de planejamentos, operação e controle de programação de produção de bens e serviços, programação e manutenção de máquinas e equipamentos.

A movimentação de produtos cria para a sociedade o valor de lugar, pois permitem que os produtores coloquem o produto exatamente onde os consumidores desejam. Se um produto não estiver disponível na data exata em que se precisa dele, isso poderá gerar vendas perdidas, insatisfação do cliente ou parada da produção.

A existência histórica na função logística tem como início da sua movimentação na economia agrícola: com entrega suprimento para as famílias; Segmentadas: com a atividade Bélica e atividades pontuais de armazenamento e transporte (visando a distribuição dos produtos das tropas da Normandia – França, em 1944); Integrada: com a visão holística, sem perder de vista os custos globais; Predominando a visão da competitividade com base na produtividade e nos custos globais, focando no cliente; Considerada a diferencial por ter visão na competitividade, associada à tecnologia da informação com desempenho na cadeia de abastecimento e pela possibilidade da vantagem empresarial.

Na logística existem várias fases de segmentos que têm a obtenção da cadeia de abastecimento conhecido como *Supply Chain* (SC) e *Supply Chain Management* (SCM), tendo o objetivo de aquisição da movimentação matéria-prima até o cliente final; no conceito de logística integrada.

A importância do uso da Tecnologia da Informação (TI) para o seu gerenciamento e nova tecnologia que funciona com código de barra, identificado por rádio frequência ou *Radio Frequency Identification* (RFID).

2 MODELO GERAL DA ADMINISTRAÇÃO LOGÍSTICA

A logística cresceu da importância na gestão dos negócios, adquirindo um caráter estratégico para as organizações em função das mudanças ocorridas nos últimos anos, principalmente no Brasil, com a introdução de uma nova ordem mercadológica, na qual as características técnicas dos produtos perdem sua capacidade de atração total sobre o consumidor final. Estamos diante de uma nova postura no processo decisório de aquisição em que os produtos são Commodities e o consumidor está menos suscetível aos apelos da marca. Passa a dar maior valor ao conjunto de atributos oferecidos junto com o produto, e que o ajustem às suas necessidades específicas.

Fatores como disponibilidade, suporte técnico pós-venda e prazo de entrega passam a ser, em muitos mercados, mais importantes que o próprio produto.

A logística vai muito além da simples movimentação e armazenagem de produtos, envolve cada vez em maior grau de importância. Gestões das muitas informações são relevantes ao processo de planejamento, execução e controle de fluxo e armazenagem de produtos, além de todos os serviços associados. Assim, gerar informações sobre demanda de clientes, controle no atendimento de pedidos e montagem no rastreamento das entregas sendo realizada. Essas informações que pode ser feitas por meio da leitura no código de barra automático, que vai corresponder a várias atribuições da logística.

Atualmente, a integração de processo interno e externo das empresas tem maior peso, pois a competição ficou tão acirrada que foi preciso arregimentar parceiros para coordenar processos tão precisos que os custos e as ineficiências fossem reduzidos, além das capacidades individuais, levando do próximo um salto à logística, ao gerenciamento global.

Distribuição física, logística de saída ou out bound logistics referem-se ao que ocorre com os produtos acabados desde que são armazenados até o momento em que são entregues aos clientes, em atendimentos aos seus pedidos ou contratos de fornecimento contínuo.

Tipos de logística:

- **Logística de entrada, de Suprimento ou Inbound Logistics:** liga a empresa aos seus fornecedores;
- **Logística Interna ou de Operações:** relaciona-se ao controle das movimentações e dos estoques em processo nas de produção, durante a fabricação dos produtos;
- **Logística reversa:** Diz respeito ao fluxo inverso de produtos, dos clientes para a empresa. Deste macro processo cresceu devido ao movimento de reciclagem, como ocorre quando a legislação impõe aos fabricantes de baterias ou de pneus a responsabilidade pela sua destinação final após o uso.

Com o amadurecimento dos mercados consumidores em países desenvolvidos, o surgimento dos clientes sensíveis ao serviço e não apenas ao preço, que optam por disponibilidades de produtos nas prateleiras antes de se preocupar com a marca (Commodities), a logística passou a se embasar como arma estratégica na

criação de valores; por permitir que produtos antes sem diferenciação pudessem destacar-se pelo serviço logístico.

3 ESTRATÉGIA DA LOGÍSTICA: CONTEÚDO X PROCESSO DE ESTRATÉGIA

Segundo Nigel Slack (2002, p. 87)

Sobre o termo estratégia, consideramos que ela está presente quando uma empresa articula sua estratégia e, portanto, escolhe tomar uma direção, em vez de outra. A empresa toma decisão que a comprometem com um conjunto particular de ações. O padrão de decisão subsequente reflete, então, seu comprometimento continuado nessa direção. De forma alternativa, se o padrão de suas decisões mudar, isso indicará alguma mudança em sua direção estratégica.

A estratégia empresarial pode ter uma nova tecnologia para o Brasil que vai consistir em um conjunto de decisão para orientar o comportamento de uma organização. A essência da estratégia é a busca de vantagem competitiva.

Ao se adotar o RFID como uma nova visão estratégica deverá haver mudanças no processo de comercialização e a cadeia de suprimento integrado, todas as informações são repassadas para seus participantes (distribuidor, departamento de compras, manufatura e outros varejistas, por exemplo). Os dados enviados a cada nova interação permitem programar o nível de produção próximo da demanda real, minimizando o custo. E ao fornecedor de cada varejista um conhecimento da demanda de informação de *lead time* no que faz reduzir ao máximo os inventários nas lojas.

A gestão logística e sua respectiva estratégia devem ser partes integrantes da estratégia maior, global da empresa. Nesse contexto, a logística passa a ser uma verdadeira e eficaz no fluxo do ciclo de suprimento/distribuição.

Uma gestão logística eficiente pode auxiliar a empresa bem posicionada no mercado em termos de produtos ou serviço, a diferenciarem-se por meio da redução de custos operacionais ou de um serviço bem-feito (de maior valor aos olhos do cliente), superior ao da concorrência, ou ainda ambos em um segmento específico de cliente, produtos ou mesmo área geográfica.

O ambiente em que as empresas operam atualmente é muito complexo e fortemente competitivo. Portanto, elas estão buscando a diferenciação e o estabelecimento de vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes. Para alcançar esses objetivos, é dado, a cada empresa, o encontro para seu próprio caminho. Porém, entre muitas delas, um ponto comum pode ser observado: a opção aplicação

da logística, que deve ser entendido como o gerenciamento estratégico dos fluxos de materiais e das informações correlatas, como forma de eficiente e eficaz na decisão da estratégia de posicionamento logístico, definição na política do produção que vai ser direcionada ao pedido, ao estoque, distribuição e o cliente final.

Ao ser corretamente entendida e aplicada, a logística permite desenvolver estratégia para a redução de custo e o aumento do nível de serviço ofertado ao cliente. Com essas duas condições isoladamente ou em conjunto possibilitam ao estabelecimento a diferenciar na competição global, justifica-se que este seja o caminho escolhido por um número crescente de empresas para buscar vantagens sobre a concorrência.

4 PAPEL DA FUNÇÃO LOGÍSTICA

A função logística é importante de modo que minimize o custo total, isso determina o nível de serviço – o posicionamento logístico. Sucede execução de gerenciamento do fluxo de materiais e de informação, ou de cadeia de suprimento. Para a organização, isso agrega valor com qualidade assegurada no papel logístico dando ao produto valores – no certo lugar, no momento certo a um preço justo.

O escopo da logística é muito amplo, indo muito além da simples movimentação e armazenagem de produto. Envolve cada vez em maior grau de importância, na gestão da informação do processo de planejamento, execução e controle de fluxo do produto, além de todos os serviços associados. Assim, além de todos os serviços sobre a demanda de pedidos dos clientes, controlarem, manter o rastreamento das entregas sendo realizado e dos correspondentes pagamentos que são atribuídos a logística, ainda que executado por profissionais de outra área na empresa.

Inicialmente, a logística era vista como uma atividade de apoio, pois era associada a transporte e a armazenagem. Por isso, era encarada como uma despesa necessária ao atendimento otimizado, situações mostravam que se precisava melhorar esse mecanismo, como o deslocamento da matéria-prima de sua origem até o ponto de aplicação na produção ou a manutenção de estoque acabados, para suprir as variações da demanda ou mesmo da diferença de ritmo entre a produção e a venda desse produto.

Como o tempo e o processo de globalização da economia às organizações percebem que o consumidor mudará seu comportamento, nas mais diversas valorizações do serviço oferecido com o produto, mas não somente pela marca mais pela qualidade do produto, pelo baixo custo e pela oferta oferecida (números diversos desse produto). Para ser competitiva no novo cenário, a empresa precisava ter processos que garantissem o atendimento de parâmetro com o tempo adequado, com método, no lugar correto, com qualidade correta, preço justo e com boa impressão,

pois são fatores essenciais e decisivos no processo de decisão de compra, ajudando no aumento do grau de satisfação do cliente.

A logística está voltada para a gestão do processo produtivo, ou seja, a cadeia de suprimentos, estoque da empresa, distribuição até o cliente final. Esse gerenciamento tem relação entre o custo e o nível de serviço oferecido. Considerando que hoje esse gerenciamento é o principal desafio da logística moderna. E o parâmetro a ser concluído será a redução do prazo de entrega, cumprimento e maior disponibilidade de produto com eficiência e eficácia.

O mercado que existe está cada vez mais globalizado e dinâmico e os clientes mais exigentes têm o surgimento logístico integrado. O objetivo da logística integrada é um mecanismo de excelência que a coordenação da gestão de materiais de produção e da distribuição passou a dar mais resposta eficaz, tendo como seu significado o elemento ou componente de um sistema total de atividade de movimentação é armazenamento que facilite o fluxo de produto desde o ponto de aquisição dos materiais até o ponto de consumo final, e o fluxo de informação que movimenta o produto.

5 LOGÍSTICA X SUPPLY CHAIN X SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

O movimento vital da logística moderna e o encaimento do modelo atuado para gerar uma possível qualidade do serviço (ou produto) para o cliente, na qual determina destino.

Supply chain é a cadeia de suprimentos, é o caminho que um produto percorre desde a sua fabricação até o consumo, passando pelos distribuidores e revendedores.

A logística vem para que este caminho seja percorrido de uma maneira mais rápida e com menor custo.

A logística empresarial estuda como a administração pode prover abastecer, fornecer recursos de qualquer tipo melhor nível de rentabilidade, é um termo que pode ser compreendido como significado a capacidade de certa combinação de fatores para produzir lucros, na análise provisional de investimento nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, por meio de planejamento, organização, execução e controle efetivo para as atividades de movimentação e armazenagem que visam facilitar o fluxo de produtos.

O que é logística? É a parte do gerenciamento da cadeia de abastecimento que planeja, implementa e controla o fluxo e armazenamento eficiente e econômico de matérias-primas, matérias semiacabados e produtos acabados, bem como as informações a eles relativas, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, como o propósito de atender as exigências dos clientes.

Supply Chain Management diz respeito às práticas de gestão que são necessárias para que todas as empresas agreguem valor ao cliente desde a fabricação dos materiais, passando pela produção dos bens e serviços, a distribuição e a entrega final ao cliente.

O procedimento *Supply Chain Management* junto com a tecnologia RFID, oferece a oportunidade de redução na área de estoque, minimizando os custos e maximizando a movimentação associada à informação da demanda do consumidor ou cliente.

6 A IMPORTÂNCIA DA TI E DA RFID OFERECIDA PARA A LOGÍSTICA

Inicialmente, podemos dizer que importância e que vantagem tem a TI na logística? Necessariamente sim, reflete no controle de informação adequada em todo o processo da operação logística, que está se modificando continuamente e é inserido em todos os segmentos.

A TI proporciona maior integridade e velocidade na troca de informação, o que otimizar diversas atividades na logística, como por exemplo, identificar onde e quando os produtos deverão ser distribuídos. Os benefícios diretos alcançados com o acesso a informação dão melhores previsões à demanda na coordenação estratégica logística.

O grande objetivo da TI em conjunto com a RFID é oferece vantagem diante do processo de gerenciamento estratégico de aquisição, movimentação e armazenamento de matérias, peças e produtos acabados, nesses fluxos a informação correlata por meio da organização e dos seus canais de distribuição, do marketing de venda e do cliente, de modo que possa maximizar as lucratividades presentes e futuras com o atendimento dos pedidos.

As novas aplicações e equipamentos são, na verdade, responsáveis pelo novo produto que vem revolucionando o mercado de consumo e produtivo. A partir dessas inovações são criados novos processos nas manufaturas, aumentando a produtividade, reduzindo os preços e tornando acessível às diversas classes sociais os mais imagináveis produtos, como o telefone celular. Tais condições possibilitam que empresas modifiquem as formas de comercialização de seus produtos, chegando mais próxima dos consumidores e atingindo regiões nunca ou nenhuma intermediário. Os clientes possam a ter um canal de comunicação imediata e continua fornecendo.

Tecnologia que funciona com código de barra, identificado por rádio frequência ou RFID que tem como objetivo acessar um banco de dados para coletar informações pertinentes aos produtos, insumos ou serviços que estão sendo movimentados. Esse receptor de rádio frequência é feito pela aproximação da etiqueta a uma antena, respondendo uma transmissão de dados contidos em seu chip.

A etiqueta inteligente pode ser implantada em paletes proveniente de uma manutenção e conter informações como data de validade, origem, destino, tipo de produto e qualidade consolidada. A leitura é imediata, e com erro próximo de zero para que haja velocidade dos processos de recebimento, minimizando etapas na inserção do produto no estoque, redução de custo e aumento na agilidade da entrega.

Para a distribuição com RFID facilitar a comunicação logística de entrega regional e inter-regional dos produtos, com canais da entrega certa no momento certo para que a estratégia e o planejamento sigam seu objetivo.

Apesar de RFID ter um custo alto, tornando invariável sua adoção imediata, superar e adequar os sistemas de sua organização na cadeia de suprimento, é necessária essa tecnologia, para a satisfação do produto ou serviço ao cliente.

7 CONCLUSÃO

Dentro de uma conclusão, percebemos que a logística é a chave de muitos negócios, por muitas razões, entre as quais incluímos o alto custo de operação das cadeias de abastecimento. O aumento da arena competitiva, representado pelas possibilidades de consumo e produção globalizados, a necessidade com que se façam lançamentos mais frequentes de novos produtos, os quais em geral têm ciclo de vida curta, e a mudança no perfil dos clientes, cada vez mais bem informados e exigentes forçam as empresas a serem criativas ágeis e flexíveis, mas também a aumentar a sua qualidade e confiabilidade. Sem dúvida tarefas que estão desafiando os executivos em todo o mundo.

As organizações têm que se preocupar com a constante redução dos níveis de inventário e conseqüente redução nos custos de armazenagem desse material, com isso dá-se a importância da filosofia de uma tecnologia em *Radio Frequency Identification* nas redes logísticas, que facilite com poucos itens em estoques, compras frequentes, qualidade assegurada com um bom desenvolvimento de fornecedores. Essas atividades aprimoraram toda a cadeia de abastecimento e com a vantagem de redução de custos. Em suma a logística tem por objetivo, o planejamento, execução e controle, transporte, movimentação e armazenagem de produtos dentro e fora das empresas, garantindo a integridade e os prazos de entrega de produtos aos usuários e clientes.

REFERÊNCIAS

ARBACHEL, Fernando Saba; SANTOS, Almir Garnier; MONTENEGRO, Christophe; SALLES, Wladimir Ferreira. **Gestão de logística**: distribuição e trade marketing. 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

FIGUEREDO, Cleber; ARKADE, Rebecca. Da distribuição física ao supply chain management: o pensamento, o ensino e as necessidades de capacitação em logística. **Revista Teclogística**. Disponível em: <http://www.rslima.unifei.edu.br/download1/Adm09/98_Ago_Kleber%20e%20Rebecca_Da%20Distribuicao%20Fisica%20ao%20Supply%20Chain%20Management.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2015.

MARTINS, Petrônio G.; LAUGEN, Fernando Piero. **Administração da produção**. 2.ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

NIGEL SLACK, Stuart Chambers; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 2.ed. Tradução: OLIVEIRA, Maria Teresa Corrêa de, ALHER, Fabio; revisão técnica: CORRÊA, Henrique Luiz Corrêa. São Paulo: Atlas, 2002.

WANKE, Peter. **Artigos – estratégia de posicionamento logístico**: conceitos, implicações e análise da realidade brasileira, Disponível em: <http://www.ilos.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=992&Itemid=74>. Acesso em: 20 abr. 2015.

ZYLSTRA, Kirk E. **Distribuição Lean** [recurso eletrônico]: a abordagem enxuta aplicada à distribuição, logística e cadeia de suprimentos – Dados eletrônicos. Tradução: OLIVEIRA, Sandra. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Data do recebimento: 13 de Abril de 2015

Data da avaliação: 20 de Abril de 2015

Data de aceite: 27 de Abril de 2015

1 Pós-Graduado em Pedagogia Empresarial pela FAFIRE. E-mail: falcao_ph@hotmail.com

2 Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade Joaquim Nabuco. E-mail: bibi.silva88@hotmail.com

3 Graduanda em Administração de Empresas pela Faculdade Integrada de Pernambuco.
E-mail: luanamoura.ariana@hotmail.com

4 Doutor em Comunicação pela UFPE, docente dos cursos de Administração e Odontologia da Faculdade Integrada de Pernambuco, coordenador de Pesquisa e Extensão, Presidente do Comitê Técnico-Científico da FACIPE. E-mail: pedro_procopio@facipe.edu.br